

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Permasalahan

Di Indonesia saat ini terjadi perkembangan teknologi yang semakin bertumbuh dan canggih. Hal ini disertai dengan banyaknya organisasi yang memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi untuk memfasilitasi suatu proses dan manajemen sumber daya manusia (Hendriyaldi & Wiyan, 2019). Semakin modern maka semakin banyak tuntutan bagi organisasi salah satunya berinovatif. Organisasi yang inovatif akan siap dalam menanggapi tantangan yang dihadapi di lingkungan sekitarnya dengan lebih baik dan berbeda dari sebelumnya (Etikariena & Muluk, 2014). Sehingga, banyak organisasi mulai mempertimbangkan inovatif sebagai salah satu visi dan misi serta keterampilan yang harus dimiliki sumber daya manusia (Etikariena & Muluk, 2014). Saat ini, organisasi yang menjadi andalan masyarakat Indonesia dan selalu berkembang sesuai dengan kondisi setiap generasi dengan menggunakan potensi teknologi adalah organisasi yang bergerak di bidang *food and beverage* yang menjanjikan pertumbuhan ekonomi yang cepat (Koestartyo, Yunita, & Nugroho, 2016).

Organisasi yang bergerak di bidang *food and beverage* memiliki banyak variasi. Salah satunya organisasi di bidang kuliner perkopian yang sering disebut sebagai *coffee shop*, diketahui Indonesia memiliki beberapa daerah yang menghasilkan biji kopi terbaik, yaitu Lampung, Aceh, Medan, Jawa, Ternate, Sulawesi dan Flores (Sabrina, 2021). *Coffee shop* merupakan salah satu usaha yang sedang trend dan sangat diminati oleh semua kalangan masyarakat sampai

saat ini. Yang kita tahu, *coffee shop* sebagai tempat berkumpul bersama dan menjadi *life style* masyarakat (Nasihin, Subagyo, Erfariani, & Farida, 2020). *Coffee shop* adalah kedai kopi yang menyediakan produk dengan berbagai macam variasi dan pelayanan yang membuat konsumen merasa nyaman (Sabrina, 2021).

Dari penelitian yang telah dilakukan oleh *Market Intelligence Agency* (Mintel) menetapkan bahwa *coffee shop* yang ada di Indonesia mengalami pertumbuhan tercepat dengan kisaran nilai persentase sebesar (11,4%) pada tahun 2017 dan 2021 (Mintel, dalam Suminar, Winarno, & Nurhadi, 2021). Data yang tertera menyatakan Indonesia memiliki perkembangan pesat pada *coffee shop* diantara negara lainnya. Di era modern saat ini dapat mempengaruhi hubungan antara perkembangan kopi di Indonesia dengan bisnis kopi (Suminar, Winarno, & Nurhadi, 2021). Dengan teknologi yang semakin canggih, para pihak *coffee shop* juga semakin terlibat dalam meningkatkan kreatif dan inovatif untuk mempertahankan dan mengelola organisasi dengan kekhasan masing-masing (Nasihin, Subagyo, Erfariani, & Farida, 2020). Keunggulan inovasi karyawan yang diterima oleh *coffee shop* dapat menghasilkan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan faktor kunci dalam membangun identitas *coffee shop* yang baik di antara *coffee shop* lainnya. Jadi, kualitas *coffee shop* perlu diperhatikan. Berdasarkan hasil penelitian oleh Suminar, Winarno, dan Nurhadi (2021) menunjukkan keunggulan kualitas terhadap kepuasan pelanggan dengan tingkat signifikansi sebesar 52,9%.

. Penelitian ini dilakukan di lokasi *coffee shop* Pontianak. Dengan berdasarkan dengan istilah kota Pontianak yang sering disebut sebagai kota

Khatulistiwa, juga dikenal sebagai “Seribu Warung Kopi” (Novan, Kalsum, & Lestari, 2021). Begitu pula, data yang dikemukakan oleh Edi Rusdi Kamtono selaku Wali kota Pontianak mengatakan bahwa ada 800 tempat usaha kafe dan pak Edi Rusdi Kamtono juga mendukung keberadaan usaha *coffee shop* yang semakin bertambah sehingga mengalami persaingan ketat antara *coffee shop* Pontianak dan menjadi peluang kerja bagi tenaga kerja yang membutuhkan (Republika, 2022). Edi Rusdi Kamtono juga mengungkapkan pajak yang didapat hampir 30% dari pendapatan asli daerah (PAD) berkat kontribusi dari usaha sektor UMKM salah satunya *coffee shop* (Republika, 2022). Walikota Pontianak juga mengadakan *event* yang mengundang para pihak *coffee shop* berkolaborasi dalam mengolah kopi dan hal ini bertujuan sebagai partner untuk belajar dalam menyajikan kopi yang nikmat serta dapat memiliki pengetahuan yang baru.

Untuk meningkatkan inovatif, maka adanya keterlibatan SDM yang mengelola organisasi. Sahara (2016) menjelaskan bahwa karyawan merupakan salah satu kunci utama dalam keberlanjutan organisasi. Perilaku kerja karyawan di dalam organisasi ikut terlibat dengan membawa perubahan dengan menghasilkan dan merealisasikan ide-ide yang inovatif untuk pencapaian tujuan organisasi (Kanter, dalam Maitri & Purba, 2018). Karyawan yang berinovatif menggambarkan dirinya sebagai individu yang mampu dan berusaha untuk berpikir kreatif dan inovasi sebagai pembaharuan sifat tradisional ke modern (Muslim, Nurhidayat, & Daud, 2021). Artiannya seperti sikap yang belum berani maju menjadi sikap yang menunjukkan dirinya mampu untuk maju (Muslim, Nurhidayat, & Daud, 2021).

Sebuah hasil studi oleh Getz dan Robinson menemukan bahwa 80% dari peningkatan ide dalam suatu organisasi didorong oleh karyawan, dan 20% sisanya adalah hasil dari kegiatan inovasi yang direncanakan secara strategis oleh organisasi (dalam Ningrum & Abdullah, 2021). Keberadaan perilaku inovatif dapat membantu budaya organisasi untuk mempengaruhi kinerja karyawan, dimana budaya organisasi dapat mengelola dan melatih karyawan untuk perencanaan dan bertindak sesuai mode tindakan (Muslim, Nurhidayat, & Daud, 2021). Setiap organisasi berupaya melakukan sesuatu agar karyawan mampu berproses dan menyesuaikan tuntutan pekerjaan. Seperti pendapat oleh Rizana (2017) yang mengatakan perilaku inovatif memiliki peran penting pada sumber daya manusia yang minim. Perilaku inovatif juga merupakan salah satu strategi yang paling efektif untuk mencapai kinerja dan tujuan organisasi sehingga organisasi memiliki keunggulan kompetitif dalam persaingan industri (Budihardjo, dalam Maitri & Purba, 2018). Berdasarkan temuan survei yang dilakukan Deloitte menunjukkan ada 10.455 milenial dimana 32% responden yang memiliki pemikiran bahwa demi terwujudnya keberlangsungan organisasi yaitu adanya keterampilan inovasi yang harus dipenuhi oleh karyawan (dalam Putri, Priyatama, & Satwika, 2021). Inovasi membutuhkan suatu kreativitas untuk menghasilkan solusi atau ide baru. Setiap sumber daya manusia perlu memiliki kreativitas yang akan digunakan dalam berbagai hal terutama dalam berinovasi. Kurniawan dan Saputro (2021) mengatakan karyawan yang memiliki pemikiran kreatif dalam menghasilkan suatu ide disebut sebagai *creative problem solving*. *Creative problem solving* dapat diartikan sebagai suatu cara pikir yang kreatif

sebagai panduan menciptakan solusi. Suprpti (2019) berpendapat bahwasannya dengan mengembangkan pemikiran kreatif dan inovatif saat berdiskusi, karyawan dapat mengungkap perspektif yang berbeda dalam interaksi karyawan dengan lingkungan sekitar. Tahapan ini memungkinkan karyawan mencapai hal-hal baru dan kreatif untuk mencapai tujuan yang lebih bermakna (Suprpti, 2019).

Namun, berdasarkan *Constellation Research: Disrupting Digital Bussiness* mengemukakan bahwa 52% perusahaan yang terdaftar dalam Fortune 500 mengalami kebangkrutan akibat tertinggalnya pencapaian di era digital saat ini (SWA Online, 2019). Hal ini menandakan bahwa karyawan – karyawan yang berada di dalam perusahaan belum memaksimalkan perilaku inovatif bagi keberlangsungan perusahaan. Begitu pula dengan penelitian yang dilakukan Sura dan Hadi (2017) pada karyawan penyiar radio di RRI Surabaya yang mengalami penurunan jumlah pendengar radio, dilihat dari data rekap sms yang dulunya mencapai 50 sms hingga sekarang hanya 5 sms. Hal ini disebabkan karyawan penyiar radio belum menemukan ide-ide inovatif untuk membuat masyarakat tertarik kembali dengan radio. Kemudian, dilihat dari penelitian dari Andani dan Wibawa (2022) meneliti di salah satu *Coffee Shop* Bali yaitu 70° Fahrenheit Koffie Jimbaran terlihat ada permasalahan terhadap perilaku inovatif karyawannya. Karyawan 70° Fahrenheit Koffie Jimbaran kurangnya memiliki kreativitas dalam membuat inovasi baru. Hal ini dilihat dari produk yang dihasilkan oleh karyawannya cenderung sama dan tidak variatif.

Dengan fenomena-fenomena tersebut menunjukkan bahwa karyawan yang belum memaksimalkan perilaku inovatifnya sulit untuk menemukan ide-ide yang kreatif dan mewujudkan ide tersebut untuk diterapkan di dalam organisasi.

Kemudian, peneliti melakukan proses wawancara dengan 5 narasumber sebagai karyawan *coffee shop* di kota Pontianak pada tanggal 22 – 24 April 2022 yang dilakukan secara *online*. Proses wawancara menggunakan aspek perilaku inovatif (Janssen, 2000) sebagai landasan membuat pertanyaan. Pada hasil wawancara, terdapat 3 dari 5 karyawan *coffee shop* belum memaksimalkan perilaku inovatif seperti halnya tidak berusaha untuk membuat menu makanan dan minuman yang menarik dan unik, menggunakan biji kopi yang tidak bervariasi, menggunakan mesin kopi versi lama, tidak melakukan perubahan terhadap kemasan dan kurang memanfaatkan media sosial sebagai strategi mempromosikan *coffee shop*. Pada aspek *idea generation*, jarang diberikan kesempatan untuk mengusulkan ide sehingga karyawan sulit untuk menghasilkan ide-ide baru dan jarang melakukan hal – hal baru yang membuat karyawan masih monoton dengan cara kerja yang biasa dilakukan. Pada aspek *idea promotion*, ingin memecahkan masalah sendiri dan kurang aktif untuk mengusulkan gagasan idenya karena takut diabaikan oleh kurangnya usaha untuk mengkomunikasikan ide kepada rekan kerja. Pada aspek *idea realization*, karyawan yang mengalami kesulitan yaitu seringnya mengalami perbedaan pendapat dengan rekan kerja dan mengalami miskomunikasi yang membuat suasana tempat kerja canggung dan ketidaknyamanan satu sama lain. Serta, atasan kurang mendukung dengan solusi penyelesaian masalah yang disampaikan oleh karyawan. Sehingga, untuk

merealisasikannya sulit dan hanya menunggu keputusan dari atasan. Dari hasil wawancara tersebut, karyawan *coffee shop* belum memiliki kemampuan menemukan ide-ide inovatif untuk melakukan perubahan di *coffee shop*. Hal ini menjadi permasalahan pada perilaku inovatif karyawan *coffee shop* Pontianak.

Janssen (2000) mendefinisikan perilaku inovatif sebagai perilaku yang dapat mendorong individu untuk bertindak dalam meningkatkan hasil kinerja sesuai dengan kebutuhan kerja dengan mengembangkan, mendorong, dan menerapkan ide-ide yang berguna untuk membantu mengubah diri sendiri dan lingkungan kerja. Jong dan Hartog (2010) menjelaskan perilaku inovatif merupakan perilaku yang terdiri dari peluang dan mengaplikasikan ide-ide baru dan menerapkan ide tersebut sebagai pengetahuan baru yang berguna untuk tercapainya peningkatan kinerja dan pola pikir individu. Dari definisi di atas menjelaskan bahwa berinovasi tidak hanya berfokus pada penciptaan ide/solusi melainkan mengembangkan dan mewujudkan ide tersebut yang kemudian dilakukan aksi nyata. Dalam menjadi inovatif, menunjukkan bahwa individu dapat menyelesaikan masalah secara kreatif dan memanfaatkan peluang dengan cara yang berbeda untuk mempertahankan keberlangsungan organisasi (Santika, 2021). Berinovasi dapat menjadi solusi bagi setiap perubahan yang dihadapi dalam organisasi.

Perilaku inovatif memiliki beberapa faktor yang terbagi menjadi faktor internal dan faktor eksternal Terdapat faktor internal yang mempengaruhi perilaku inovatif yaitu kepribadian individu (Putri, Priyatama, & Satwika, 2021) dan efikasi diri (Rosyiana, 2020). Faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku inovatif yaitu memori organisasi (Etikariena & Muluk, 2014) dan *perceived*

organizational support (Putri, Priyatama, & Satwika, 2021). Penelitian ini membahas POS sebagai faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku inovatif. Peran dukungan organisasi yang dirasakan dalam mempromosikan sikap, perilaku, dan kinerja karyawan yang positif. Dukungan organisasi adalah salah satu kebutuhan yang diperlukan dalam organisasi saat ini, karena karyawan dapat secara bertahap menghabiskan cadangan energi mereka dan akhirnya mungkin kehabisan tenaga ketika tuntutan pekerjaan tinggi, upaya tambahan harus diberikan untuk mencapai tujuan kerja. Dukungan yang didapat dari lingkungan kerja secara positif dapat memajukan karyawan untuk berinovasi (Putri, Priyatama, & Satwika, 2021). *Perceived Organizational Support (POS)* dianggap sebagai tindakan yang dilakukan oleh organisasi daripada tindakan individu. Dengan demikian, semakin tinggi tingkatan dukungan organisasi dalam menciptakan perasaan yang memenuhi kewajiban karyawan, maka akan semakin tercipta rasa kepuasan karyawan dan merasa berkewajiban untuk mengganti jasa organisasi dengan mengungkapkan perilaku mendukung terhadap organisasi (Irawati & Rostiana, 2021). Diterimanya dukungan organisasi yang positif dapat mengurangi *burn out* karyawan yang berkepanjangan. POS menunjukkan adanya hubungan timbal balik yang diberikan oleh organisasi terhadap kontribusi yang diberikan oleh karyawan. Rhoades dan Eisenberger (2002) mendefinisikan *Perceived Organizational Support (POS)* adalah suatu tingkatan dimana karyawan menilai sejauh mana organisasi menghargai kontribusinya dan peduli tentang kesejahteraan karyawan yang mengarah pada hubungan timbal balik antara keduanya. Selain itu, POS adalah karyawan membentuk suatu

pandangan umum mengenai penilaian karyawan terhadap organisasi dalam menghargai jerih payah dan kontribusi karyawan (Tuzun & Kalemci, 2012). Terdapat aspek-aspek yang mendukung *Perceived Organizational Support (POS)* Rhoades dan Eisenberger (2002) yaitu keadilan (perlakuan yang adil), dukungan supervisor (pandangan umum mengenai atasan menghargai kontribusi karyawan), penghargaan dan kondisi kerja (adanya pengakuan terhadap kontribusi karyawan dan lingkungan kerja kondusif).

Apabila dukungan organisasi yang dirasakan semakin tinggi terhadap karyawan maka semakin tinggi pula pengembangan pemikiran-pemikiran sesuatu yang baru sebagai solusi menyelesaikan permasalahan dalam organisasi (Kurniawan & Saputro, 2021). Maka, dukungan organisasi yang dirasakan sepenuhnya oleh karyawan dapat memperoleh dedikasi dan loyalitas karyawan terhadap organisasi (Wijaya, 2018). Wijaya (2018) mengatakan dukungan organisasi juga merangsang perilaku kerja inovatif dengan menyarankan organisasi untuk meningkatkan efisiensi dalam inovasi proses (penyelesaian tuntutan pekerjaan). Dukungan organisasi dapat memenuhi sarana dan prasarana yang dibutuhkan oleh karyawan, jadi saat karyawan melihat bahwa organisasi memperhatikan, mendukung perkembangan keterampilan, dan memberikan evaluasi yang jujur terhadap kinerja karyawan (Wijaya, 2018). Hal ini yang membuat karyawan dapat meningkatkan perilaku inovatif. Sejalan dengan temuan penelitian Wijaya (2018) yang menyatakan bahwa adanya hubungan *perceived organizational support* dengan perilaku inovatif secara signifikan.

Berdasarkan pemaparan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian karena ingin menindaklanjuti penelitian ini yang membahas hubungan kedua variabel dan berdasarkan pemaparan di atas, “ Apakah terdapat hubungan antara *perceived organizational support* dengan perilaku inovatif karyawan *coffee shop* di kota Pontianak ?”.

B. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

Dalam penelitian ini, yaitu untuk mengetahui hubungan antara *perceived organizational support* dengan perilaku inovatif karyawan *coffee shop* di kota Pontianak.

2. Manfaat

Dalam penelitian ini, manfaat dibagi menjadi dua, yaitu :

a. Manfaat Teoritis

Manfaat penelitian dalam teoritis ialah memberikan sumbangan penelitian bagi pengembangan ilmu psikologi sebagai bahan referensi dan wawasan di ruang lingkup psikologi industri dan organisasi mengenai hubungan antara POS dengan perilaku inovatif karyawan.

b. Manfaat Praktis

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan menjadi pengetahuan bagi karyawan untuk meningkatkan kemampuan dalam berinovatif dan meningkatkan keterlibatan kerja dalam mencapai kesuksesan organisasi. Penelitian ini juga diharapkan menjadi sumber informasi bagi organisasi untuk semakin

memperhatikan kondisi dan dukungan yang dirasakan serta perilaku inovatif karyawan. Hal tersebut menjadi sumber utama dalam keberhasilan organisasi.